

BAB I

PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang

Sepakbola merupakan salah satu olahraga yang paling digemari oleh masyarakat umum. Bukan hanya sebagai hiburan semata, sepakbola adalah identitas sekaligus kebanggaan dari sebuah daerah. Sepakbola tak lepas dari dukungan suporter yang senantiasa memberikan dukungan secara moral maupun secara materil. Keberagaman para suporter yang mendukung tim kesayangan dalam berlaga pun bermacam-macam latar belakang. Adaptasi gaya suporter dari berbagai belahan dunia dipadu padankan oleh berbagai kelompok suporter sebagai pembeda dengan kelompok suporter lainnya.

Suporter sering dinamakan sebagai pemain ke dua belas, karena para suporter merupakan bagian terpenting dari sebuah klub sepakbola. Sehingga keduanya diharuskan menjalin kerja sama yang baik dalam memajukan klub. Selain itu suporter merupakan salah satu aset yang sangat berharga bagi sebuah klub, karena semakin besar basis suporter yang dimiliki oleh sebuah klub maka semakin besar pula pemasukan klub dari penjualan tiket. Klub liga Indonesia dituntut mandiri dan tidak lagi bergantung pada bantuan APBD.

Salah satu suporter sepakbola yang memiliki basis anggota yang banyak adalah suporter arema, yaitu aremania. Keragaman latar belakang aremania menjadikan suasana tribun stadion saat arema bertanding pun kian beragam. Salah satu cara untuk

melihat perbedaan antara kelompok suporter adalah dengan melihat bagaimana cara berpakaianya. Pengaruh *fashion* yang masuk ke dalam kelompok suporter berasal dari berbagai basis suporter yang telah memiliki kultur sepakbola yang sangat kental, antara lain adalah inggris, italia, dan amerika latin.

Aremania adalah salah satu pelopor supporter di Indonesia yang saat mendukung tim saat berlaga menyanyikan yel-yel serta koreo gerakan. Bahkan pada tahun 2000 an awal aremania mendapatkan penghargaan sebagai supporter terbaik. Padahal hal tersebut belum pernah terjadi dimana pun, karena kreatifitas dan militansi aremania saat itu banyak ditiru oleh berbagai kelompok supporter klub sepakbola Indonesia.

Pada mulanya para aremania berpenampilan sebagai mana layaknya supporter sepakbola dengan menggunakan atribut klub arema. Seiring berkembangnya waktu dan luasnya pengetahuan para suporter, kemudian merubah gaya fashion aremania saat mendukung arema berlaga. Keberadaan fenomena casual pada mulanya saat klub arema menerima sanksi disiplin oleh PSSI dengan tidak boleh menggunakan atribut saat mendukung arema. Kreatifitas dan fanatisme aremania tidak berhenti disitu, yaitu tetap datang ke stadion dengan tanpa atribut dan bergaya casual ala supporter eropa.

Seiring perkembangan zaman industri sepakbola menjadikan sepakbola bukan hanya sekedar tontonan atau sekedar hiburan. Para penggiat sepakbola termasuk supporter turut ambil bagian dalam meramaikan gelaran kompetisi semusim penuh. Suporter kini pun berperan sebagai penampil di setiap klub berlaga mengarungi musim

kompetisi. Dengan demikian berbagai cara dilakukan supporter guna mendapatkan “panggung” dan menyita perhatian khalayak umum, salah satunya dengan fashion.

Fenomena supporter casual populer muncul di awal tahun 1980 an di inggris. Pada awalnya para supoter yang memiliki fanatisme yang tinggi dalam mendukung tim kebanggaan berlaga untuk mengelabui polisi saat ada keributan dengan tujuan agar tidak dikenali dari golongan mana. Hooligan adalah sebutan para supporter inggris yang mempunyai karakter bergaya casual tanpa meggggunakan atribut tim yang mereka dukung. Latar belakang anggota supporter hooligan yang kebanyakan berasal dari kelas pekerja menjadikan *fashion* sebagai suatu pergerakan sekaligus konsep diri.

Suporter yang bergaya casual yang mendukung saat arema berlaga menjadi sebuah pembeda diantara dominasi warna biru di stadion. Berpenampilan trendy dengan menggunakan berbagai brand yang telah memiliki kekuatan merek di dunia sepakbola. Salah satu brand yang telah melekat di sepakbola adalah adidas. Adidas sering digunakan oleh para supporter dalam mendukung team kebanggaan berlaga.

Besarnya basis supporter Aremania yang sebagian bergaya casual secara tidak langsung mempengaruhi cara bergaya supporter lainnya. Suporeter yang dulunya datang ke stadion dengan hanya menggunakan atribut klub seperti selayaknya supporter lokal, kini memadukan dengan berbagai merek yang sering digunakan oleh supporter yang berasal dari klub sepakbola eropa. Merchandise supporter pun kini designya memodifikasi dari berbagai merek yang sering digunakan oleh para supporter sepakbola eropa. Kini merchandise aremania tidak hanya bergambar singa dan melulu berwarna biru.

Salah satu komunitas supporter yang bergaya casual adalah kelompok supporter “Rusia” yang konsisten dalam berpenampilan casual. Para anggota dari kelompok tersebut diantaranya menggunakan berbagai setelan baju dari merek ternama yang mahal. Identitas kelompok supporter yang dijuluki “Rusia” dikarenakan saat memasuki stadion komunitas tersebut selalu membentangkan bendera yang bermotif bendera negara rusia. Jadi komunitas supporter lainnya memberikan julukan kelompok tersebut “Rusia”.

Ciri dari supporter bergaya casual adalah supporter yang hanya menggunakan setelan tanpa adanya embel-embel atribut dari tim. Para supporter casual bergaya modis selayaknya supporter eropa dengan menggunakan sepatu, celana jeans, jaket parka yang berasal dari merek terkenal. Para supporter casual selain menyuarakan yel yel mereka pun berlaga bak model yang memberikan warna lain diantara ribuan warna yang tersebar di tribun stadion.

Keberagaman suporter yang sangat banyak jumlahnya, serta keberagaman latar belakang saat berkumpul dalam mendukung tim kebanggaan. Tidak hanya berasal dari kota Malang saja, aremania pun ada yang berasal dari berbagai kota di Indonesia bahkan luar negeri. Namun aremania adalah salah satu kelompok supporter yang tidak memiliki struktur organisasi yang jelas. Aremania tidak memiliki ketua kelompok supporter, meskipun aremania mempunyai dirijen namun sang dirijen tersebut bukanlah ketua supporter.

Fenomena subkebudayaan dalam kelompok supporter, yaitu suporter casual diminati oleh kebanyakan anak muda selain sebagai pembentukan identitas sekaligus

pembeda dengan kelompok supporter yang lain. Namun keberadaan supporter casual tidak hanya sebatas pembeda identitas semata, mereka membawa isu-isu sosial ke dalam stadion. Para supporter casual tersebut identik dengan merek-merek mahal salah satunya Adidas. Kebanyakan para supporter menggunakan sepatu Adidas saat mendukung. Hal itu dipengaruhi oleh gaya casual para hooligans di Inggris.

Hal yang menarik dalam boomingnya fenomena casual yang merupakan sub-kebudayaan supporter Inggris yang berhasil digandrungi oleh banyak supporter di seluruh belahan dunia termasuk Indonesia. Khusus di Indonesia fenomena supporter casual tentu menuai banyak pro kontra, karena dalam mendapatkan informasi mengenai casual tentu tidak seutuh seperti yang ada di negara asalnya. Namun keterbatasan informasi mengenai casual yang diperoleh oleh supporter di Indonesia tidak menyurutkan niat untuk tetap bergaya casual. Para supporter di Indonesia memodifikasi pengetahuan yang diperoleh dengan memadukan segala unsur lokal.

Salah satu merek yang terkenal di dunia sepakbola adalah Adidas. Adidas telah memiliki sejarah yang panjang dengan dunia sepakbola, dimana pada saat final Piala Dunia tahun 1954 di Swiss antara Hungaria melawan Jerman. Hungaria pada saat itu merupakan tim yang tidak pernah terkalahkan dan sebagai peraih medali emas Olimpiade sebelumnya. Namun saat sang kapten tim Jerman menghampiri Adi Dessler selaku pemilik Adidas, Fritz meminta untuk dibuatkan sepatu yang lebih ringan. Jawaban Adi Dessler saat itu bawasannya ia telah menciptakan sepatu yang ringan dan memiliki pul yang dapat dipasang atau dilepas sesuai dengan cuaca. Dengan adanya suatu inovasi tersebut para pemain Jerman berhasil mengalahkan tim unggulan Piala

dunia tahun 1954 tersebut dan secara langsung melambungkan nama merek Adidas di dunia sepakbola.

Mulai piala dunia tahun 1970 hingga piala dunia yang terakhir pada tahun 2018 adidas selalu dipercaya sebagai produsen bola. Belum lagi apparel resmi dari sebuah klub maupun tim nasional. Hal ini menunjukkan bahwasanya Adidas adalah salah satu merek yang telah memiliki sejarah panjang dan melekat dibenak insan sepakbola.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan melihat penjelasan latar belakang diatas maka peneliti ingin mencari masalah yang akan diteliti, yaitu “Bagaimana persepsi citra merek adidas pada komunitas supporter bergaya casual” ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan melihat rumusan masalah yang telah dibuat, maka penelitian memiliki tujuan untuk mendeskripsikan persepsi citra merek adidas pada komunitas supporter bergaya casual.

1.4 Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian diharapkan memiliki manfaat dalam pengembangan keilmuwan. Maka dari itu dalam penelitian ini terdapat manfaat akademis dan manfaat praktis. Yang secara umum dapat berkontribusi dalam hal pengembangan ilmu komunikasi.

1.4.1 Manfaat Akademis

Dapat digunakan sebagai rujukan informasi pengembangan penelitian khususnya di bidang Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan penelitian selanjutnya tentang citra merek atau supporter sepakbola.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dapat menyumbangkan pemikiran maupun referensi masyarakat awam khususnya hal yang mengenai supporter yang merupakan subkebudayaan yang ada di Indonesia agar dapat memahami dan mengetahui budaya baru yang muncul pada supporter saat ini.

